

「阿波おどり」と「四国遍路」の映像を用いた 観光サイト制作で図る地域振興

池 本 有 里 ・ 松 岡 哲 也 ・ 玉 有 と も こ ・ 山 本 耕 司

A Regional Promotion Attempted by Sightseeing Site Production
Using Images of the Awa Dance and the Shikoku Pilgrimage

Yuri IKEMOTO, Tetsuya MATSUOKA, Tomoko TAMAARI and Kohji YAMAMOTO

ABSTRACT

“Awa Navi”, the official sightseeing information website in Tokushima Prefecture, became easy to enhance and to use, because its information is arranged by our renewal and many useful were added to the site. In this paper, we describe how we produced images of the Awa Dance and the Shikoku Pilgrimage, which are traditional cultural events, to try to increase the period of stay of tourists in Tokushima Prefecture.

KEYWORDS : sightseeing information site, Awa Navi, renewal, the Awa Dance, the Shikoku Pilgrimage

1. はじめに

わが国の観光による経済効果は、平成18年の統計情報によると旅行消費額は23.5兆円（生産波及効果：52.9兆円）、雇用創出効果は215万人（波及効果を含めた雇用創出効果442万人）と集計されている¹⁾。税収効果は5兆円に上り、日本経済への波及効果は5%を優に超える。この重要性を認識し、平成20年10月1日、「観光立国」の推進体制強化を目的として「観光庁」が発足した。観光庁は国土交通省の外庁であり、諸外国に対してわが国政府を代表し、対外的発信力を持つとともに、地域・国民に対し観光のワンストップ窓口となることを謳っている²⁾。

その施策は大きく5つに分類され、その1つ目が国際競争力の高い魅力ある観光地作りの支援で

あり、旅行者ニーズにあった観光産業の高度化の支援を3つ目に挙げている。そして、これらの施策を実現するため、地域を活性化し情報発信する重要性を謳っている³⁾。

一方、地方の経済状態はというと、2008年後半から急激な悪化の一途を辿っている。小泉内閣の構造改革における三位一体改革は、数字の上では実現したように見受けられるが、その実態は地方財政を極めて逼迫した状況に追い込んでしまったと言われている。このことは観光行政にも影響を与え、観光立国を目指し観光施策を推し進める法整備が進む一方で、肝心の財源不足が観光施策の強化を困難に至らしめているのが現実である。

このような背景下で2007年、徳島県の公式観光情報サイト「阿波ナビ」は、運用管理者との契約に期限を迎え、契約の更新か解除かの選択を迫

2008年10月1日受付、2009年2月19日最終受付

池本有里 四国大学附属経営情報研究所

Yuri IKEMOTO, Nonmember (Research Institute of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).

松岡哲也 四国大学経営情報学部情報ビジネス学科

Tetsuya MATSUOKA, Nonmember (Faculty of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).

玉有ともこ 四国大学経営情報学部情報ビジネス学科

Tomoko TAMAARI, Nonmember (Faculty of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).

山本耕司 四国大学大学院経営情報学研究科

Kohji YAMAMOTO, Member (Graduate School of Management and Information Science, Shikoku Univ., Tokushima, 771-1192 Japan).

四国大学経営情報研究所年報 No. 14 pp. 51-60 2009年3月

られる時期を迎えた。しかし、契約を更新する予算的目処が立たず、かといって契約を解除したところで再構築する予算も厳しい。このような背水の陣で思いついたのが、大学との学官連携であった。

しかしながら、当時3,000ページからなり、複雑かつ無秩序に継ぎ足された当該サイトのリニューアルを、無償で引き受けることは容易ではない。授業の一環として取り組むことは、学生に生きた教材を提供できる魅力はある。しかし、これらを教材として利用できるように整理しながら、一方でリニューアルのためのサイトデザインとその構築を期限内に肅々と言うことは、極めて困難なことだった。

筆者らは9ヶ月間の格闘の末、実に6,000ページに発展させて2008年2月にリニューアルを実現させた。本年報の前号である年報13号⁴⁾でその取組み「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」のコンセプトと進め方における特徴を論述した。ただ、これだけでは情報の整理と統合及び特集ページの充実は行えたものの、新たな積極的展開には至っていない。

そこで、このリニューアル後の初プロジェクトとして、阿波ナビの魅力をさらに向上させることを目的とした映像制作を実施した。これにより、観光地への集客増、特に滞在型観光客を増加させることを目指し、これらの映像の閲覧ページを阿波ナビに追加した。

本論文は、この阿波ナビ魅力向上のための新プロジェクトである映像制作への取組みと、そこで得た知見⁵⁾⁶⁾をまとめたものである。

2. 徳島県公式観光情報サイト「阿波ナビ」とは

2.1 「阿波ナビ」運営の背景

徳島県の人口は2008年7月1日現在、795,030人で全国44位である⁷⁾。県内にこれといった主要産業もなく、少子高齢化と人口の減少が地方財政をより厳しいものとし、典型的な地方の持つ諸問題を抱えている。観光は地域活性化政策のひとつに挙げられるが、明石海峡大橋の開通が素通り客の増加を助長し、2006年度の徳島県への観光入込数は、年間12,973千人で北海道のわずか8.7%でしかなく、全国44位となっている。特に滞在型の観光客にいたっては、北海道の5.7%で1,560千人であり、全国46位であることから観光客増は喫緊の課題である。ただし、2006年の外国人観光客は中国、台湾、ドイツなどから多く訪れ、2005年の1.7倍となっている。市町レベルでは39.2%増であり、滞在型も13.1%増となっている。関西国際空港から近いという地の利を生かし、いかに徳島を売り込むかが課題である。観光消費額も2006年度は前年比115%に上昇して56,954,000千円となるなど、徐々に上向きの兆しが出てきている⁸⁾。

この徳島県の観光を支えるのが県観光企画課と財団法人徳島県観光協会である。県では観光地やイベント情報など、徳島の観光資源をより多くの人々に知ってもらい、多くの県外人に徳島へ足を運んでもらうことを目指している。

一方、観光PRに貢献するツールとしてWebサイトがある。徳島県は唯一の公式ウェブサイトとして、徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」を運営している。これは1997年より10年以上の実績が

表1 「阿波ナビ」利用者数推移

	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	累 計
インターネット	108,499	299,878	214,536	255,148	276,771	291,974	1,446,806
インターネット(英語版)	2,597	1,557	411	4,981	8,192	8,979	26,717
タッチパネル	37,129	122,792	40,799	29,060	25,689	6,847	262,316
タッチパネル(英語版)	191	2,092	4,273	849	86	33	7,524
携帯 i モード(ドコモ)	8,190	16,276	13,021	14,294	13,562	17,979	83,322
携帯 ezウェブ(au)	884	3,694	3,338	4,354	6,193	4,802	23,265
携帯 i スカイ(j-phone)	1,002	2,804	1,662	1,174	1,785	1,735	10,162
合 計	158,492	449,093	278,040	309,860	332,278	332,349	1,860,112

あり、特にインターネット普及が進む近年では「阿波ナビ」に寄せられる期待は大きい。この「阿波ナビ」は1章で述べたように2008年2月にリニューアルオープンした。リニューアルするまでの年間の利用者数の推移は表1の通りである⁶⁾。

2.2 「阿波ナビ」リニューアルの方向

「阿波ナビ」は平成17年度における利用者数が33万件であり、平成18年11月における1日当りのアクセス数は602件である。これは県内唯一の公式サイトであるという存在意義から考えると実に少ない。その理由には、内容に継ぎ接ぎが多く、管理者による情報更新が困難で、古い情報が放置されるという状況があったためである。利用者からも使いづらいといった意見が多く寄せられていた。そこで徳島県は、「阿波ナビ魅力向上プロジェクト」と称する大幅なリニューアル計画を立て、その実施主体を大学に求めた。そのメリットは前号にも記載したように、以下の事項が挙げられている。

- 1) 利用者の目線で構成出来るメリットがある
- 2) フレッシュな目で徳島を再発見出来る可能性が高い
- 3) 若者に魅力あるデザインが期待出来る
- 4) 制作費の大幅削減が可能である

このプロジェクトでは、サイトデザインの作り直しを学が主体的に実施し、官はこれに歳々意見を述べ、逐次承認していくというユニークな形式の官学連携事業である。通常は官が基本的な仕様を示して参入する民間業者を募集する。そして、入札などによって業者を選定すると、ある程度その業者任せとなるのが一般的である。このとき、官の立場は検査者であり、具体的な内容に踏み込んで構築に携わることはない。そのため必ずしも要求が実現せず、また要求自体も細部にまで気の利いた仕様を当初から提示することが困難なため、使い勝手は業者サイドの考えに依存せざるを得ない。そして、そのベースにはコストを抑える力が常に働いていることは言うまでもない。また、民

間業者にとっても、一方的なシステムを構築しがちであり、検査段階で大幅な修正を求められることもある。

そこで、サイトデザインを学だけが担当するのではなく、最初から最後まで官の担当者が携わり、意見を聴く会合を毎週あるいは隔週で持つこととした。この会合は7時間ほどにも及ぶこともあり、膨大な量を1つ1つ十分に詰め、またステップ毎に関係者上層部の承認を確実に得る方法を貫徹した。その結果、学と官の一体感の中で、強い信頼感を得ることができ、少しの疑問点をすすぐ解決する健全な状態を維持できたと思われる。以下に、そこで進めた内容についての概要を示す。プロジェクトの工程は以下の通りである。

- 1) 従来のサイトの分析
- 2) 従来サイトの変更点の洗い出し
- 3) 従来サイトの変更方法の検討
- 4) 新サイトのシステムの構築
- 5) 新サイトのデザインの制作

ここで1)の従来サイトの分析として、リニューアル前のサイトの問題点を列記すると以下のようになる。

①巡回できない構造であった

キーワード検索で目的のページに辿り着いたとしても、そのページがフレーム構造のためそこから他のページに移動することができなかった。

②ユーザインタフェースが分かり辛かった

トップページには比較的分かり易いリンクがあってアクセス数が多いが、それ以外のページのアクセス数が極端に少なかった。これは、トップページから辿り着くのが困難であるか、発見できないページが存在することを意味していた。

③モバイル版のアクセス数が少なかった

モバイル版へのアクセス数が極めて少なく、トップページから下階層へのアクセスがほとんどなかった。

④情報の記載ミスや古い情報の記載などがあり、品質に問題があった

そこで、筆者らは阿波ナビの状況をより詳細に分析し、以下に示す13項目の問題点を抽出した。

- ①目的・目標が部署によってブレがあった
- ②具体的な数値目標がなく、達成できたかどうか分からなかった
- ③競合サイトとのポジションが曖昧であり、明確な特長がなかった
- ④利用者の動線を考慮していないインターフェースになっていた
- ⑤情報の表示の仕方に一貫性がなく、得たい情報を探しづらかった
- ⑥旅行先として選択、決定するための情報が少なかった
- ⑦制作者側の視点で情報が提供されていた
- ⑧WEBサイトとしてのインターフェースが分かりづらかった
- ⑨利用者へのサポートがサイト上で実現できていなかった
- ⑩サイト内で巡回ができない構造になっていた
- ⑪検索機能などでシステムに不具合があった
- ⑫サイト情報のページ追加、画像表示などが自由に出来ない状態だった
- ⑬実際にその時期その地域で行われる事柄との連携ができていなかった

そして、これらの問題点を次の4つにまとめ、対応策を検討した。

- 1) WEBサイトとしての明確な目的・目標がなかった
- 2) 潜在的な利用者でさえ得たい情報に辿り着いていない可能性があった
- 3) 利用者が得たい情報を得られていなかった
- 4) 利用者に伝えたい情報が伝えられていなかった

その対応策の検討にはワークフローを採用し、これに基づいてヒアリング調査、キーワード調査、競合リサーチ調査、ポジショニングレポート、アクセスログ解析レポート、ユーザインタフェース調査、予測レポート、ターゲットレポート、ユーザーシナリオ、ガイドライン、戦力策定書、プロ

ジェクト概要書、フローチャート、ユーザインタフェースデザインプロトタイプといった相当量の資料を作成し、リニューアルのポイントを整理した。

そして、利用者の抱える深刻度に応じたコンテンツ提供と、問題解決のための情報提供をタイミングよく行うことにより、機能する阿波ナビの構築を実現し、2008年2月のリニューアルオープンに至ったのである。

3. リニューアル後の「阿波ナビ」

リニューアルを行った後に財団法人徳島県観光協会に資料請求があった時点で、アンケート調査を実施している。質問項目としては都道府県名、徳島県で観光したいところ、阿波ナビを利用した感想、自由記述欄といったものである。回答は数ヶ月程度の間に123件寄せられ、そのうち98件が「良い」もしくは「良くなった」というものであった。また今後の参考になる意見も27件あり、前向きに捉えられ評価されている。

4. さらに魅力向上させる新プロジェクト

3章で述べた「阿波ナビ」のリニューアルは、従来の阿波ナビの問題点を解決し、新しい特集ページなどの追加によって新鮮さと正確さを備えての情報提供を可能にしたことは評価に値する。また、その取組の方法やプロジェクトの運営方法は全国的にも珍しく、学際的にも一定の価値が認められる。しかし、出来上がったサイト自体は、それまでにあった「阿波ナビ」の焼き直しに他ならず、観光客の積極的な誘い込みには当たるとは言えないことから、より新しい取組みを行わなければならない。

一方、近年はWebサイトの大衆化に加え、インターネットのブロードバンド化で動画再生サイトの利用増が著しい。1,000万人を超える日本人ユーザがアクセスしている複数の動画サイトがあるように、インターネットを利用して映像を視聴することが一般的と言える時代が到来している。

動画は静止画やテキストの何倍もの情報量を有し、受け手側の解釈の自由度を限定できるメリットがあり、制作者あるいは提供者の意図をかなり忠実に伝えることを可能とする。したがって、観光誘導や情報提供など、動画によってサイトの実効性を著しく高めることが期待できることになる。

さらに「阿波ナビ」の魅力を向上させるためのプロジェクトとして、この動画による効果を期待し、徳島県の観光には特に知名度の高い阿波踊りと四国遍路をブランド映像として制作することとした。そして、これによるレバレッジ効果を期待し、観光誘発できる可能性を探ることとした。

4.1 阿波おどり映像

阿波踊りは蜂須賀家政が天正14年（1586年）、藍や塩で富を蓄積した頃を起源とし、小江戸と呼ばれた藍商人が阿波おどりを豪華にしていたとされる。江戸時代にありながら武士も町人も百姓もなく、身分を忘れて一緒に踊ることを許したと言い伝えられ、平和の祭典として400年の歴史を持つ。多くの観光客が8月のお盆の時期に徳島を訪れる。この阿波踊りは観ることよりも実際に踊ることによってこそ、より楽しさや躍動感を共有でき、「また来たい」という気持ちにさせることができる。踊り方は簡単ではあるが、そのコツは頭で理解するものではなく、踊り子のちょっとしたアドバイスと踊っている姿にあわせて踊ってみるという行為が決め手となる。気軽にサイトの踊り方映像を見ながら密かに練習し、踊ってみたい気持ちを醸成する。踊るためには滞在することが不可欠で、したがって滞在型観光客数の増加を見込めることに繋がる。

4.2 「阿波おどり」映像制作プロジェクトの進め方

阿波おどりの映像制作は次のように行った。

- ①学と官の間で趣旨を共通に理解する
- ②踊りの「連」の選定、踊り子の人選
- ③説明項目の厳選、構成と段取り、シナリオ作成
- ④撮影場所や撮影方法の決定とその確認
- ⑤編集（尺、音声とテロップ、カット挿入）とそ

の確認

- ⑥エンコーディング、サーバへの配置
- ⑦映像説明のためのWebページ作り、ページリンク
- ⑧サイト閲覧者への意識調査、視聴件数調査、サイト内誘導件数変化等の効果測定、映像視聴者の意見聴取、霊場付近や阿波おどり観光会館等における利用、実態調査などの実施。

「連」と呼ばれる踊りのグループは数多く存在するが、所謂有名連と言われる代表的な連は、「阿波おどり振興協会」か「徳島県阿波踊り協会」の何れかに所属している。そこで、それぞれの協会から代表となる連を出してもらうこととした。その結果、「阿波おどり振興協会」からは「阿呆連」が決まり、「徳島県阿波踊り協会」からは「娯茶平」が決まった。そこで前者には男踊りを、後者には女踊りを依頼し、それぞれ踊り子を出してもらうこととした。また筆者がシナリオを準備し、これを各連で手直しし、完成したシナリオをもとに撮影の段取りを行った。シナリオは以下の通りである。

[男踊り]

- 1) 足を軽く外側に向けて肩幅ぐらいに広げる
- 2) 腰を少し落としてやや前かがみになる
- 3) 1, 2の姿勢のままで手を目いっぱい上げ、少し力を抜いた状態が基本姿勢
※この時手のひらは内向き
- 4) 前傾姿勢から体重を前にかけ、足が出たところがイチ。足はつま先から出すこと
- 5) 2で足を踏みかえる
- 6) 手はしっかりと上げた状態を保つことが重要

[女踊り]

- 1) 基本姿勢
両手を肩幅で、真上よりやや前方に指先が上に向くように上げる。手のひらは内側に向け、やや小指側を開く
膝を軽く曲げた状態で、やや前かがみに構

える。膝は開かない

※硬くならず、自然な力加減で構えること
肘がハの字に開き過ぎないように気を付けること

2) リズムの取り方

2拍子のリズムに合わせて、つま先で立ち、腰を上下に軽く揺する

※膝を伸ばし切ってしまうず、軽く曲げた状態を保つこと

3) 足の運び方

右足を軸足(左足)に添わす様に上げ、腰のリズムの下がるところで空中で踏み込みます。足の上げ方は、爪先が下を向くようにして右足を下ろし、同様に左足を上げます。上がった左足を空中で踏み込みます。足の運びはこの様な繰り返しになります

4) 腰の入れ方

右足を上げる時、右側の腰を前へ出す感じにする。この時、肩も腰の動きに合わせること

左足を上げる時も同様に左側の腰を前へ出す感じにする。肩も同様に合わせること

5) 手の振り

足の運びに添って、腰と肩の動きに合わせて上げた手も前へ出すこと

6) 指先の動き

腰のリズムの下がるところは、手は開いた状態となります。左右の足が入れ替わる時、軽く握ります

※この時中指、薬指、小指を折り曲げる様な感じ



図1 スタジオ収録風景



図2 FinalCutPro HD 阿波踊り編集画面

撮影場所は大学内のスタジオで DVCPro のカメラコーダ SDX900 を 2 台用いて録画しながら、HVS-1000 スイッチャと BE-2000 コントローラでスイッチングした映像を SD930 に収録した(図1)。また、編集は FinalCutPro HD でマルチカット編集を行い、その後音入れ、テロップ入れを行った(図2)。

4.3 「四国遍路」映像制作プロジェクトの進め方

四国遍路は1200年前に弘法大師が修行した場所やその跡を辿り、弘法大師の霊力による奇蹟を求めて歩き始めたのが起源と言われている。全行程は約1,400kmあり、徳島県の23ヶ寺を「発心の道場」、引き続いて高知県の16ヶ寺を「修行の道場」、愛媛県の26ヶ寺を「菩提の道場」、香川県の23ヶ寺を「涅槃の道場」と言う。四国を一周するこの遍路巡礼は、同行二人、すなわち弘法大師と共に心身をみがき、88の煩惱の一つひとつを取り除き、大自然の中で生かされている自分自身を見つめ直す修行の旅である。年齢に関係なく、一年を通じて白装束で巡礼する姿が後を絶たない。観光目的

の人は少ないが、滞在型来訪者の確保という意味では案内することは至極重要なことである。参拝の作法を解説する書物や説明書は数多く存在するが、解説付きの映像はほとんどないのが現状である。実際に参拝する姿を映像で確認できることは、安心して巡礼に臨めることにつながり、このような案内は大変意義深いものである。

4.4 「四国遍路」映像制作プロジェクトの進め方

撮影は1番札所霊山寺に協力していただいた。打ち合わせはシナリオの基本構成を筆者が準備し、これをもとに霊山寺の担当尼が作法全般を文章化した。この内容から撮影用シナリオを筆者が作成した。これをもって再度霊山寺にて尼と住職、先達らが確認を行った。

一方で他の真言宗寺院の住職の意見や霊場会（善通寺）の紹介する作法と照合し、問題点等を修正した。このようにシナリオ作りには詳細に至るまで十分な確認を行った。映像による参拝作法の解説がほとんどないのは、このような関係するお寺や宗派の人たちが納得し、かつ公共の案内に馴染むよう宗教色を微妙に調整することなどが難しいためと考えられる。この点では工夫すべきところが沢山あり、民や官ではなく学という立場が積極的に取り組むことで完成に向けて功を奏したものである。このようにして確定したシナリオには細かな注意が随所にあり、映像ではこれらを丁寧に分かり易くする必要がある。実際に作ったシナリオは次の通りである。

1) 山門（さんもん）

- ・山門についたら門前に立ち、本堂に向かって合掌し、一礼して下さい。
- ・次に手水場に進みますが、境内は左側通行を心がけてください。

2) 手水場（ちようずば）

- ・手水場では柄杓で水を汲み、左手、右手の順に手を洗い、続けて左手に溜めた水で口をゆすぎます。
- ・そして、最後に柄杓を立てるように持って柄

を清め、一振りして元へ戻します。

- ・このとき柄杓に口をつけないでください。
- ・また洗ったあとの濡れた手は、ご自身のタオルや手ぬぐいで拭いてください。

3) 鐘楼（しょうろう）

- ・鐘楼で鐘をゆっくりと2度つきます。
- ・とくに、つかなくても構いませんし、つけないお寺もあります。
- ・鐘は参拝後につくと、もどり鐘といって縁起が悪いので参拝前についてください。
- ・また、朝早くや夜遅くにはご近所に迷惑なため、午前7時から午後5時までの時間帯につくようにしてください。

4) 本堂（ほんどう）

- ・杖は境内の杖立てに置きます。
- ・お堂の一番前に置かれている納札入れに、納札を一枚入れます。
- ・納札に書く参拝日には、何月何日吉日と。また、住所は詳しく書かず、大まかなところまでを書きます。そして、お名前とお願い事を書いて納めます。
- ・灯明を1本立てます。後のお参りの方が火傷しないよう、高いところから、そして奥の方から立ててください。
- ・次に線香を3本立てます。丸い線香立てのときは真ん中から、四角い線香立てのときは端から順序よく立ててください。
- ・点火用の火は、お寺の元火を使うのは構いませんが、自分で点けましょう。
- ・お賽銭を納めて合掌します。お賽銭はお気持ちを。投げ込まず静かに入れてください。
- ・念珠をすり合わせます。
- ・そして左手に一重にかけてください。
- ・お経を読みます。覚えていても、経本を見ながら読んでください。
- ・般若心経を読んだあとはご本尊真言を3回唱えます。
- ・「ありがとうございます」と述べて、合掌し一礼します。

5) 大師堂（だいしどう）

- ・本堂と同じように参拝を再度おこなってください。
- ・ただし、このときは南無大師遍照金剛と唱えます。
- ・その他にも御堂があれば、参拝してください。

6) 納経所 (のうきょうしょ)

- ・納経の証として、納経帳や納経軸に墨書、ご朱印をもらってください。
- ・帰宅後は仏壇などに納めて大切に保管しましょう。

7) 山門 (さんもん)

- ・お寺を出る時は、山門にて合掌・一礼をしてください。
- ・以上ですが、映像のように特に白装束で巡礼しないといけないということはありません。ご本尊様に対する敬いの心があれば、普段着ている服装でも構いませんので、お気軽にご参拝ください。



図3 霊山寺撮影風景

以上のように、山門での合掌の仕方や手水場での手の洗ひ方、また線香や賽銭、念珠、お経についても細かく説明している。その他にも納経所で墨書、ご朱印をもらうことや、帰りの合掌・一礼について説明し、最後に白装束でなくともお気軽にという文言も加えている。

撮影は平成20年6月10日に霊山寺で行い(図3)、以下のことに気をつけた。

- ①一つひとつのクリップを丁寧に撮る
- ②落ち着いた雰囲気そのままだに伝える
- ③個々のシーンは軽快にかつ荘厳さを出しつつも流れるように展開する
- ④モデルの表情からも真剣さが伝わるようにする

また編集は、前節の阿波おどりと同様、Final Cut Pro HD でノンリニア編集を行った(図4)。

作法の説明の中には他の巡礼や近隣住人、お大師さまへの心配りを随所に設け、音声とテロップで説明を加えた。また、テロップは雰囲気に合う書体を選択し、映像のカット切り替え時の効果は



図4 Final Cut Pro HD 四国遍路編集画面

極力使用しないこととした。粗編集の段階でナレーション収録を行った。ナレーションは落ち着いた声で、しかもどの年齢の人にもはっきり分かる声質が必要で、学部学科を越えた大学全体から厳選した学生を起用した。音声はミキサーで整えて音声レコーダーにMP3で録音した(図5)。

編集の段階に応じて、映像を県や関係者が確認した。2度目のチェックバックの様子が図6である。これらは簡単な文言の修正やテロップの追加、書



図5 スタジオでの音声収録風景



図7 「阿波ナビ」サイトデザイン

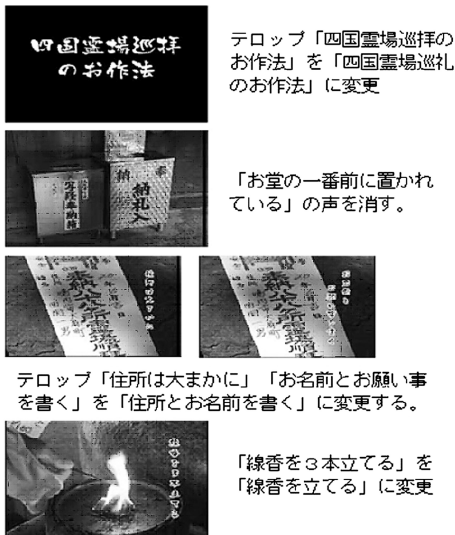


図6 映像のチェックバック

5. まとめ

徳島県の公式観光情報サイト「阿波ナビ」は、リニューアルの結果、散在していた情報が整理されただけでなく、詳細な情報や旬の情報の特集ページなどが追加され、十分に充実した利用し易いサイトとなった。そして、さらに魅力を向上させ、滞在型観光客の増加とその経済波及を狙う目的で徳島を代表する伝統的文化である阿波おどりと四国遍路について、その踊り方や巡礼作法の映像を制作し、初めての人にも分かり易く説明した。それは単純に動画サイトを作るというものではなく、官の運営する公式サイトであるが故の考え方で、詳細な分析を行って緻密な内容構成を実現したところに特徴を持つ。加えて文化の伝統的印象を損なわないために、撮影と編集における構成、画角、色合い、音声、テロップなど、一つひとつに技術的な工夫を行っているところは他に類をみない。今後は、このようにして制作した映像の効果測定を継続的に実施し、阿波踊り人口の増加への映像の貢献度、巡礼文化から派生する地域に根付いた文化の継承と、人々の交流に与える映像の効果等を検証していきたいと考えている。そして、さらに映像が地域活性化に繋がることを実証し、映像による地域振興策を模索する計画である。

謝辞

巡礼の参拝作法の映像を制作するにあたり、霊

体に関する注文などである。

一方、映像を表示するためのサイトデザインは、リニューアル時のときと同様に、学生が授業の中で制作したものから数点を選び、そこから県が1点を決定した。ページ上で映像を表示するサイズは、民間の動画サイトで一般的に馴染みのある480×360ピクセルというサイズとした。決定されたサイトデザインは図7の通りである。このデザインは、すっきりとしたページに自然が多いという徳島の魅力を反映し、映像の配置や映像以外の情報を制限しているなどの点において好感が持たれた。

山寺では住職をはじめ、お寺をあげて撮影協力をいただいたことに感謝の意を表す。特に木下氏には多くの時間を割いて作法の文章化に協力いただき、シナリオ作成に大いに役立った。また遍路役では荒川氏、並びに岩浅氏、ナレーションでは四国大学学生の高橋氏に協力いただいた。衷心より感謝申し上げる。また、阿波おどりでは女踊りに娯茶平連長の岡氏並びに踊り子の石川氏とナレーション役に加納氏に、男踊りには阿呆連の宮村氏に協力いただいた。深く感謝の意を表す。

当研究は、徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」を官学連携して魅力向上に取り組むプロジェクトに関するものであり、同サイトを運営し、当プロジェクトを推進する徳島県観光企画課並びに(財)徳島県観光協会の担当諸氏の弛まない努力の上にある。ここに紙面を借りて深謝申し上げる。

参考文献

- 1) 国土交通省総合政策局観光部門，旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究報告書：「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」の概要について～平成18年度我が国における旅行消費の経済波及効果～，平成18年度旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究，
<http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha_07/01/011225_4/01.pdf>，1－2，accessed 2008 Oct. 10.
- 2) 観光庁ホームページ，観光庁について
<<http://www.mlit.go.jp/kankocho/about/>>，accessed 2008 Oct. 1.
- 3) 観光庁ホームページ，施策，
<<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/>>，accessed 2008 Oct. 1.
- 4) 玉有ともし，辻岡卓，松本有希，池本有里，山本耕司，2007. 学官連携による「阿波ナビ」魅力向上プロジェクト．四国大学経営情報研究所年報13号，93－100
- 5) 池本有里，玉有ともし，山本耕司，2008. 伝統文化の映像が与える地域観光振興への効果。映像情報メディア学会年次大会予稿集，17－7.
- 6) 池本有里，玉有ともし，山本耕司，2008. 観光支援のための映像制作による地域振興への取組み。電気関係学会四国支部連合大会，13－34.
- 7) 徳島県の統計情報，推計人口
<<http://www.pref.tokushima.jp/Statistics.nsf/>>，accessed 2008 Jul. 8.
- 8) 年度別『阿波ナビ』アクセス数累計，(財)徳島県観光協会，2007. 3. 16.